

This Page Is Inserted by IFW Operations  
and is not a part of the Official Record

## **BEST AVAILABLE IMAGES**

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images may include (but are not limited to):

- BLACK BORDERS
- TEXT CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES
- FADED TEXT
- ILLEGIBLE TEXT
- SKEWED/SLANTED IMAGES
- COLORED PHOTOS
- BLACK OR VERY BLACK AND WHITE DARK PHOTOS
- GRAY SCALE DOCUMENTS

**IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.**

**As rescanning documents *will not* correct images,  
please do not report the images to the  
Image Problem Mailbox.**



РОССИЙСКОЕ АГЕНТСТВО ПО ПАТЕНТАМ И ТОВАРНЫМ ЗНАКАМ

(РОСПАТЕНТ)

**ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ**

рег. No 20/12-230

"2" апреля 2001 г.

### **СПРАВКА**

Федеральный институт промышленной собственности Российского агентства по патентам и товарным знакам настоящим удостоверяет, что приложенные материалы являются точным воспроизведением первоначального описания, формулы и чертежей (если имеются) заявки на выдачу патента на изобретение № 98119808, поданной в ноябре месяце пятого дня 1998 года (05.11.1998).

**Название изобретения**

Способ упаковки товара и штучный товар, упакованный этим способом

**Заявитель**

СТАВРУЛОВ Игорь Анатольевич

**Действительный автор(ы)**

СТАВРУЛОВ Игорь Анатольевич



413

Уполномоченный заверить копию  
заявки на изобретение

А.Л. Журавлев  
И.О. заведующего отделом

Способ упаковки товара и штучный товар,  
упакованный этим способом

Изобретение относится преимущественно к областям пищевой и легкой промышленности и касается упаковки товаров бытового назначения, поступающих в розничную продажу в виде штучных товарных единиц.

Повсеместно используемый в настоящее время универсальный способ упаковки товаров бытового назначения состоит в том, что дозированный товар помещают в соответствующую индивидуальную упаковку, на поверхность которой нанесена символика, позволяющая идентифицировать соответствующий товар. Для этих целей на индивидуальной упаковке размещают минимально необходимые сведения о соответствующем товаре - название товара, его количество, данные о предприятии-производителе, дате выпуска и подобную читаемую информацию, а во многих случаях и художественные изображения в виде рисунков, орнаментов, виньеток и пр.

Такие сведения могут быть нанесены непосредственно на поверхность собственно упаковки или на какой-либо носитель, закрепляемый на поверхности или под поверхностью индивидуальной упаковки и являющийся этикеткой товара.

При этом индивидуальной упаковкой для пищевых жидкостей и текучих продуктов служат стеклянные или пластиковые бутылки, банки, пакеты и прочие емкости, а для сыпучих продуктов - банки, пакеты и другие подходящие емкости. Для формованных штучных изделий индивидуальной упаковкой может являться бумажная или полимерная оболочка.

Иногда на индивидуальных упаковках некоторых товаров могут присутствовать и некие дополнительные изображения в форме текстов и/или рисунков, имеющие непосредственное отношение к данному товару. Например, на этикетках некоторых видов водки может быть указано, что этот товар изготовлен из отборного зерна пшеницы, а на контрэтикетках некоторых высококачественных сортов вермута приводятся рецепты коктейлей, которые можно приготовить на основе этого напитка.

Штучный товар, содержащий на своей индивидуальной упаковке необходимую минимальную идентифицирующую информацию о товаре и дополнительные изображения, касающиеся этого товара, и способ упаковки, позволяющий получить товар с упомянутыми характеристиками, являются на-

ибо более близкими по технической сущности к предложениям заявителя.

Таковым можно признать, например, способ упаковки пищевых продуктов, предусматривающий их размещение в герметичной упаковке из мягкого материала, на поверхность которой кроме необходимой идентифицирующей символики нанесены изображения в виде чертежей и схем, являющиеся для потребителя инструкцией для вскрытия упаковки, а также и сам товар, помещенный в эту упаковку [ Патент США 5.094.863, В 43 М 7/00, 1992 г. ].

Необходимо особо обратить внимание на то, что

- наиболее близкий к предложенному штучный товар несет на поверхности своей индивидуальной упаковки дополнительные изображения, непосредственно касающиеся именно **данного** товара;
- наиболее близкий к предложенному способ упаковки товара предусматривает полную идентичность как основной информации, так и дополнительных изображений, размещенных на поверхности индивидуальной упаковки **каждой** единицы товара.

Настоящим изобретением решается задача повышения покупательского спроса на товары, упакованные предложенным способом, за счет повышения их привлекательности для потребителя.

Поставленная задача была решена в результате того, что

- предложенный способ упаковки товара предусматривает нанесение на поверхности индивидуальных упаковок отдельных единиц товара **неодинаковых** дополнительных изображений, степень неодинаковости которых такова, что дополнительное изображение на поверхности индивидуальной упаковки, по крайней мере, одной единицы товара одного сорта в партии товара, приобретаемой в среднем одним потребителем, не повторяется;
- предложенный штучный товар несет на поверхности своей индивидуальной упаковки дополнительные изображения, привлекательные для потребителя, которые непосредственно не связаны с данным товаром.

Сущность предложения заявителя состоит в следующем.

Предложенный способ упаковки товара предполагает, что товар бытового характера, поступающий в розничную продажу в виде отдельных товарных единиц (штучный товар в отличие от продаваемого вразвес), фасуют и/или помещают в индивидуальные упаковки.

В границах настоящего изобретения понятие "товар" включает продукты и изделия повседневного спроса и индивидуального потребления, поступающие в розничную продажу в упакованном виде как отдельные товарные единицы.

В частности, настоящее изобретение распространяется на продукты питания (молоко и молочные продукты, растительное и животное масло, консервы, крупы, мука и пр.), соки, прохладительные и алкогольные напитки, товары бытовой химии (стиральные порошки, моющие и чистящие средства и т.д.), хозяйственные товары (спички, мыло и пр.).

В зависимости от характера товара, упаковкой отдельных его единиц могут служить стеклянные или пластиковые бутылки, стеклянные, жестяные или пластиковые банки, картонные или жестяные коробки, бумажные или из полимерного материала пакеты и обертки и пр.

На поверхность индивидуальных упаковок отдельных единиц товара наносят символику, идентифицирующую данный товар - минимальную необходимую и обязательную информацию, включающую, в частности, наименование товара, сведения о его качестве и количестве, предприятии-производителе, дате выпуска и пр. Помимо читаемой информации, на поверхности индивидуальных упаковок могут быть размещены иные, чем читаемые, изображения - рисунки, орнаменты, узоры, виньетки, товарные или фирменные знаки и пр.

Подобная "служебная" информация должна быть идентична на каждой индивидуальной упаковке любой единицы конкретного товара.

Подобная информация может быть нанесена непосредственно на поверхность индивидуальной упаковки или может располагаться на любом носителе, закрепляемом на упаковке или расположенном под ней в виде этикетки.

Кроме обязательной символики, идентифицирующей товар, на поверхности индивидуальной упаковки размещают дополнительные изображения.

Дополнительные изображения могут иметь вид текстов и/или рисунков.

"Текстами" считаются самостоятельные изображения, несущие читаемую информацию, а "рисунками" - все остальные, кроме текстовых, самостоятельные изображения.

И тексты, и рисунки представляют при этом изображения, законченные по смыслу, содержание и форма которых могут привлечь внимание и интерес потребителя.

Размещаемые на поверхностях индивидуальных упаковок дополнительные изображения могут иметь познавательный, развлекательный, назидательный, обучающий или иной характер, привлекательный для потребителя.

Тексты могут, например, являться загадками, пословицами, поговорками, афоризмами, шарадами, приметами, напутствиями, пожеланиями, короткими стихотворениями, фрагментами стихотворений и прозы, а также носителями другой полезной и интересной информации.

Рисунки могут, например, представлять собою загадочные картинки, ребусы, шахматные задачи и этюды, головоломки, а также орнаменты, узоры, виньетки, другие декоративно-художественные произведения изобразительного жанра и подобные изображения.

Главнейшим признаком предлагаемого способа является то, что изображения на поверхностях индивидуальных упаковок отдельных товарных единиц однородного товара не являются одинаковыми.

При этом под "неодинаковостью изображений" имеется ввиду несовпадение полных соответствующих изображений, хотя отдельные элементы изображений могут и совпадать.

В пределах настоящего изобретения подразумевается, что требование "неодинаковости изображений" удовлетворяется в равной мере в диапазоне выполнения таких условий, когда

- изображение на поверхности индивидуальной упаковки, по крайней мере, одной единицы товара одного сорта в партии товара, приобретаемой в среднем одним потребителем, не повторяется;
- изображения на поверхностях индивидуальных упаковок каждой единицы товара одного сорта в партии товара, приобретаемой в среднем одним потребителем, не повторяются.

Оптимальная степень неодинаковости изображений на поверхностях индивидуальных упаковок отдельных товарных единиц должна быть такова, чтобы вероятность попадания к потребителю изделий с одинаковыми изображениями на поверхностях индивидуальных упаковок была минимизирована.

Для того, чтобы снизить вероятность приобретения одним потребителем (при повторных покупках) товаров с одинаковыми дополнительными изображениями на поверхности индивидуальной упаковки товара, следует периодически обновлять форму и содержание дополнительных изображений.

Периодичность обновления дополнительных изображений зависит от средней частоты покупок данного вида товара единичным потребителем.

Если, например, условно допустить, что среднестатистический потребитель приобретает пакет молока 3 раза в неделю, а пачку стирального порошка 1 раз в месяц, то становится очевидным, что обновление дополнительных изображений на пакетах с молоком требуется производить чаще, чем на пачках стирального порошка.

Предпочтительно, чтобы тексты и/или рисунки на поверхностях индивидуальных упаковок отдельных единиц штучных товаров одной партии были логически связаны между собой, например, общей идеей, единой тематикой или подобным образом.

Желательно, чтобы дополнительные изображения на поверхностях индивидуальных упаковок были отграничены от обязательной "служебной" информации.

Размещение на поверхностях упаковок однородного товара разных и постоянно меняющихся со временем дополнительных изображений привлекательного для потребителя содержания будет побуждать его приобретать товар, упакованный именно предложенным способом, а не каким иным.

Предлагаемый штучный товар, помещенный в индивидуальную упаковку, характеризуется тем, что дополнительные изображения, размещенные на его упаковке, не связаны непосредственно с самим товаром и его потребительскими свойствами, а носит независимый характер.

Эти изображения могут иметь развлекательный, познавательный, назидательный, обучающий или иной привлекательный для потребителя характер.

Если ранее целью размещения дополнительных изображений на индивидуальных упаковках товаров было расширение представлений потребителя о качестве данного товара и о рекомендуемом характере его использования, то цель настоящего изобретения состоит в повышении по-

купательского спроса на этот товар, которая решается размещением на упаковке товара занимательных и интересных изображений.

Следующие Примеры дополнительно иллюстрируют существо предложения и не носят при этом ограничивающего характера.

ПРИМЕР 1. Для упаковки молока продукт разливают по жестким прямоугольным емкостям типа Тетрапак объемом 1 л и герметизируют их.

Предварительно на две противоположные поверхности емкостей была нанесена минимально необходимая обязательная информация о товаре, а на другие две противоположные поверхности - дополнительные изображения, заключающие в себе короткие стихотворения, входящие в школьную программу.

На 100 емкостях одинаковые стихотворения повторялись 5 раз.

Вероятность разового приобретения одним покупателем двух емкостей, на поверхностях которых нанесены одинаковые стихотворения, невелика, а вероятность повторного (например, на следующий день) приобретения емкостей с одинаковыми стихотворениями практически исключается.

ПРИМЕР 2. Для упаковки марочного вина его разливают по 0,75 л в бутылки из стекла и укупоривают.

На поверхность бутылок наклеивают этикетки, содержащие необходимую минимальную информацию о продукте.

На противоположную поверхность бутылок наклеивают дополнительные этикетки, содержащие описания занимательных историй и иллюстрирующие их шуточные рисунки.

Информация, помещенная на 100 дополнительных этикетках, повторяется лишь на 30 этикетках.

Вероятность разового приобретения одним покупателем двух бутылок, имеющих одинаковые дополнительные этикетки, относительно невелика, а вероятность повторного (например, через неделю) приобретения бутылок с одинаковыми дополнительными этикетками практически исключается.



ПРИМЕР 3. Для упаковки гречневой крупы ее развешивают по 1 кг в бумажные пакеты, на одной стороне которых расположена минимально необходимая обязательная информация о товаре, а на другой стороне - советы по уходу за садом и огородом.

На поверхности 100 пакетов одинаковые советы повторяются 10 раз.

Вероятность разового приобретения одним покупателем двух упаковок крупы, несущих на пакетах одинаковую информацию, относительно невелика, а вероятность повторного (например, через месяц) приобретения упаковок с теми же самыми советами практически исключается.

ПРИМЕР 4. Для упаковки туалетного мыла его отдельные куски покрывают индивидуальными обертками из плотной бумаги.

Предварительно на каждую индивидуальную обертку наносят минимально необходимую обязательную информацию о товаре и дополнительно - рисунки, изображающие сценки из популярных мультфильмов.

На оболочках 100 кусков туалетного мыла одинаковые рисунки повторяются 20 раз.

Вероятность разового приобретения одним покупателем двух кусков мыла, несущих на обертке одинаковые рисунки, относительно невелика, а вероятность повторного (например, через месяц) приобретения куска с теми же самыми рисунками мала.

Заявитель не располагает информацией об известности предлагаемого способа упаковки товара и об известности предлагаемого товара.

Сам по себе принцип нанесения изображений на поверхность товара или его упаковки известен.

В частности, изображения могут быть нанесены на поверхность туалетной бумаги [Заявка Франции на изобретение 2.172.929, G 09 F 23/00, 1973 г.], столовых салфеток [Патент США 5.573.830, D 04 H 1/64, 1996 г.], разовых скатертей [Свидетельство Франции о полезности 2.095.115, G 09 F 23/00, 1972 г.], лотерейных билетов [Патент РФ 2.093.903, G 09 F 23/14, 1997 г.], почтовых конвертов [Патент РФ 2.099.798, G 09 F 23/10, 1997 г.], упаковок сигарет [Европейский патент 0.646.531, B 65 D 85/10, 1997 г.] и других изделий.

Однако, практически во всех перечисленных случаях речь идет о распространении рекламной информации и это обстоятельство вряд ли может повлиять на привлекательность самого товара - носителя рекламы.

Специфика рекламного дела такова, что эффективность любой рекламы прямо зависит от ее повторяемости и в этой связи предполагается, что рекламные утверждения, размещаемые на поверхностях тех или иных товаров, должны регулярно повторяться.

Таким образом, совокупность признаков известных технических решений отличается от совокупности существенных признаков настоящего изобретения, а задача, решаемая настоящим изобретением, ранее предлагаемыми заявителем приемами не решалась.

В этой связи заявитель полагает, что заявляемые технические решения соответствуют требованиям, предъявляемым к изобретению.

## Ф О Р М У Л А   И З О Б Р Е Т Е Н И Я

1. Способ упаковки товара путем размещения в индивидуальных упаковках отдельных товарных единиц, причем на поверхности индивидуальных упаковок нанесена символика, идентифицирующая данный товар, и дополнительные изображения, отличающийся тем, что на поверхностях индивидуальных упаковок отдельных товарных единиц размещены неодинаковые дополнительные изображения, а степень их неодинаковости такова, что дополнительное изображение на поверхности индивидуальной упаковки, по крайней мере, одной товарной единицы одного сорта в партии товара, приобретаемой в среднем одним потребителем, не повторяется.

2. Способ по п.1, отличающийся тем, что индивидуальная упаковка представляет собой стеклянную или пластиковую бутылку.

3. Способ по п.1, отличающийся тем, что индивидуальная упаковка представляет собой картонную или жестяную коробку.

4. Способ по любому из пунктов 1-3, отличающийся тем, что дополнительные изображения, размещаемые на поверхностях индивидуальных упаковок отдельных единиц товара, имеют развлекательный, познавательный, назидательный или иной привлекательный для потребителя характер.

5. Штучный товар, размещенный в индивидуальной упаковке с нанесенными на ее поверхность символикой, идентифицирующей данный товар, и дополнительным изображением, отличающийся тем, что дополнительное изображение, нанесенное на поверхность индивидуальной упаковки, не связано с самим товаром.

6. Штучный товар по п.5, отличающийся тем, что дополнительное изображение, нанесенное на поверхность индивидуальной упаковки, носит развлекательный, познавательный, назидательный или иной привлекательный для потребителя характер.

## Р Е Ф Е Р А Т

Изобретение относится преимущественно к областям пищевой и легкой промышленности и касается упаковки товаров бытового назначения, поступающих в розничную продажу в виде штучных товарных единиц.

Настоящим изобретением решается задача повышения покупательского спроса на товары, упакованные предложенным способом за счет повышения их привлекательности для потребителя.

Для этого в способе упаковки товара путем размещения в индивидуальных упаковках отдельных товарных единиц, на поверхности которых нанесена символика, идентифицирующая данный товар, и дополнительные изображения, последние выполнены неодинаковыми для отдельных товарных единиц, а степень их неодинаковости такова, что дополнительное изображение на поверхности индивидуальной упаковки, по крайней мере, одной товарной единицы одного сорта в партии товара, приобретаемой в среднем одним потребителем, не повторяется.

При этом, индивидуальная упаковка может представлять собой стеклянную или пластиковую бутылку, картонную или жестяную коробку.

Дополнительные изображения, размещаемые на поверхностях индивидуальных упаковок отдельных единиц товара, имеют развлекательный, познавательный, назидательный или иной привлекательный для потребителя характер.

Предложен также штучный товар, размещенный в индивидуальной упаковке с нанесенными на ее поверхность символика, идентифицирующей данный товар, и дополнительным изображением, не связанным с самим товаром, которое носит развлекательный, познавательный, назидательный или иной привлекательный для потребителя характер.